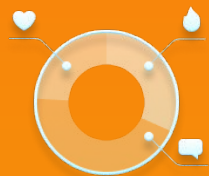


Курс

«Интернет-маркетинг: продвижение бизнеса в интернете»



webcom.academy



Программа курса

Вводное занятие. Введение в интернет-маркетинг

01 ————— 1 занятие

- Знакомство со слушателями
- Определение целей и задач
- Знакомство с программой курса
- Знакомство с Кабинетом слушателя
- Понятие интернет-маркетинга

- Состояние интернет-маркетинга в Беларуси
- Этапы работ и инструментарий интернет-маркетинга
- Портрет современного интернет-маркетолога

Сбор данных: цифровой след, сегментация клиентов и CRM-стратегия

02 ————— 1 занятие

- Возможности современных технологий по сбору данных
- Как информация «оседает» в компании – как мы можем ее собрать
- Навыки, необходимые маркетологу для работы с данными
- Подходы к сегментации, и для чего это необходимо
- ABC-XYZ

- RFM-анализ
- Поведенческая сегментация
- Тактики работы с сегментами и использование данных о Клиентах на практике
- CLTV – концепция пожизненной ценности клиента



Программа курса

Стратегическое планирование и подготовка к работе

03 ————— 1 занятие

- Сегментация аудитории
- Типизация страниц на сайте
- Создание конверсионных сценариев
- Выработка стратегии продвижения товаров/услуг
- Выбор инструментов продвижения

Анализ рынка и конкурентов

04 ————— 1 занятие

- Анализ потребности рынка в продукте/услуге
- Поиск конкурентов, анализ их деятельности в интернете
- Определение целевой аудитории
- Определение ее характеристик и особенностей
- Прохождение этапов выбора
- Анализ спроса
- Выход на рынок

Нейросети

05 ————— 2 занятия

- Правила для работы с нейросетями (создание промтов)
- Анализ при помощи AI
- AI для SEO
- AI для текстового контента
- AI для медийного контента
- AI для контекстной/таргетированной рекламы
- AI для SERM/SMM
- AI для веб-аналитики
- AI – ассистент маркетолога

Программа курса

AI-копирайтинг

06 _____ 2 занятия

- AI для SEO
- AI для SERM/SMM
- AI для текстового контента
- AI для медийного контента

Создание сайта

07 _____ 1 занятие

- Постановка целей
- Структура, конверсия и содержание
- Как делают сайты, кто эти люди
- Модели разработки
- Дизайн проекта
- Типографика и верстка
- 10 трендов веб-дизайна
- HTML-верстка
- Программирование сайтов
- Системы управления контентом
- Стратегия разработки

Поисковое продвижение

08 _____ 2 занятия

- Поиск как основной источник привлечения клиентов на сайт
- Точки отсчета «поисковик-запрос-выдача»
- Этапы работ по SEO
- Недостатки и преимущества SEO
- Факторы, влияющие на позиции сайта в выдаче
- Правила общения с подрядчиком
- Контроль качества работы

Программа курса

Контекстная реклама

09

2 занятия

- Введение в терминологию
- Сравнение Яндекс Директа и Google Рекламы
- Этапы создания кампаний контекстной рекламы

- Секреты создания эффективных объявлений
- Инструменты управления кампаниями
- Общение с подрядчиком

Социальные сети

10

3 занятия

- Задачи бизнеса, которые решают социальные сети
- Подбор подходящих площадок
- Создание страниц компании
- Привлечение, вовлечение и удержание пользователей

- Платная реклама в соцсетях
- Оценка эффективности
- Вопрос отношений с подрядчиком

Таргетированная реклама

11

2 занятия

- Таргетированная реклама и ее особенности сегодня
- Обзор основных таргетингов в социальных сетях
- Работа с аудиториями в социальных сетях

- Форматы рекламы в социальных сетях и их особенности
- Основные требования к рекламе: контент, изображения
- Разработка стратегии продвижения
- Аудитория социальных сетей сегодня

Программа курса

Медийная реклама

12 ————— 1 занятие

- Определение/понятие направления «медийная реклама»
- Обзор рынка медийной рекламы
- Потребление интернета пользователями, портрет аудитории

- Основные тренды и направления развития
- KPI, медиапоказатели
- Инструменты

Видеоинструкции: Как работать с YouTube

Бонус! ————— Видео

- Видео как источник трафика
- Анализ рынка
- Дистрибуция контента

- Виды контента
- Как создать видео, которое будет отвечать запросам пользователя

Email-маркетинг

14 ————— 2 занятия

- Цели и задачи email-маркетинга
- Рекомендации по сбору баз данных
- Рекомендации по оформлению писем и контенту

- Тренды в email-маркетинге
- Стратегия

Программа курса

Работа с CRM-системами (на примере Bitrix24)

15 ————— 2 занятия

- Введение в понятие CRM-системы
- Выбор CRM и факторы, способствующие успешному внедрению и эффективной работе в CRM
- Основные объекты и настройки CRM
- Каналы коммуникации в CRM
- Инструменты маркетинг и аналитика в CRM
- BI-аналитика на основании данных из CRM

Анализ эффективности

16 ————— 2 занятия

- Возможности и настройки Google Analytics
- Настройки и возможности Яндекс Метрики
- Оперативное управление настройками – Google Tag Manager
- Подготовка к проведению маркетинговых кампаний
- Выбор KPI
- Выбор инструментов получения данных
- Подключение систем отслеживания
- Составление медиаплана, пометка источников
- Методология оценки результатов

Анализ сайта с точки зрения юзабилити

17 ————— 2 занятия

- Знакомство с понятием
- Инструменты-помощники (Вебвизор, карта кликов)
- Тестирование своими силами
- Основы юзабилити и эргономики
- Особенности хорошего интерфейса
- Сценарии взаимодействия пользователя с сайтом

Программа курса

Преддипломная консультация

18 ————— 1 занятие

- Формирование стратегии
- Понятие комплексного подхода

- Цели продвижения и инструменты их воплощения

Итоговое занятие. Советы и рекомендации

19 ————— 1 занятие

- Подведение итогов
- Тренды и прогнозы развития сферы


- Рекомендации по продвижению бизнеса в интернете
- Советы по выбору подрядчиков и работе с ними

Защита дипломной работы

20 ————— 1 занятие

- Видео как источник трафика
- Анализ рынка
- Дистрибуция контента

Звоните или пишите нам:

 +375 (44) 711-11-97

+375 (17) 242-42-48

 info@webcom-academy.by

Республика Беларусь,
Минск, ул. Маяковского, 16А

Следите за новостями:

